релайт недвижимость

РИЭЛТОР®

Москва звезды 2011 - 2012

Лауреат конкурса

ОЛЕГ САМОЙЛОВ

Генеральный директор

Координатор МПР

МАЛЫЕ и КРУПНЫЕ АГЕНТСТВА: мыши против динозавров или…?

ЮБИЛЕЙНЫЙ XV НАЦИОНАЛЬНЫЙ КОНГРЕСС ПО НЕДВИЖИМОСТИ

Санкт-Петербург, 2012 г.

КАК СОБРАТЬ ПОЛНУЮ КОРЗИНУ ГРИБОВ ?

ВАРИАНТЫ:

1. Прийти в лес раньше других грибников
2. Найти в лесу укромное «грибное» место
3. Взять с собой помощников

релайт недвижимость

ЧТО ДЕЛАТЬ, ЕСЛИ…

1. Прийти раньше других грибников не удалось
2. Все грибники, присутствующие в лесу, являются квалифицированными и отлично знают все «грибные» места
3. Количество помощников у других грибников значительно больше

релайт недвижимость

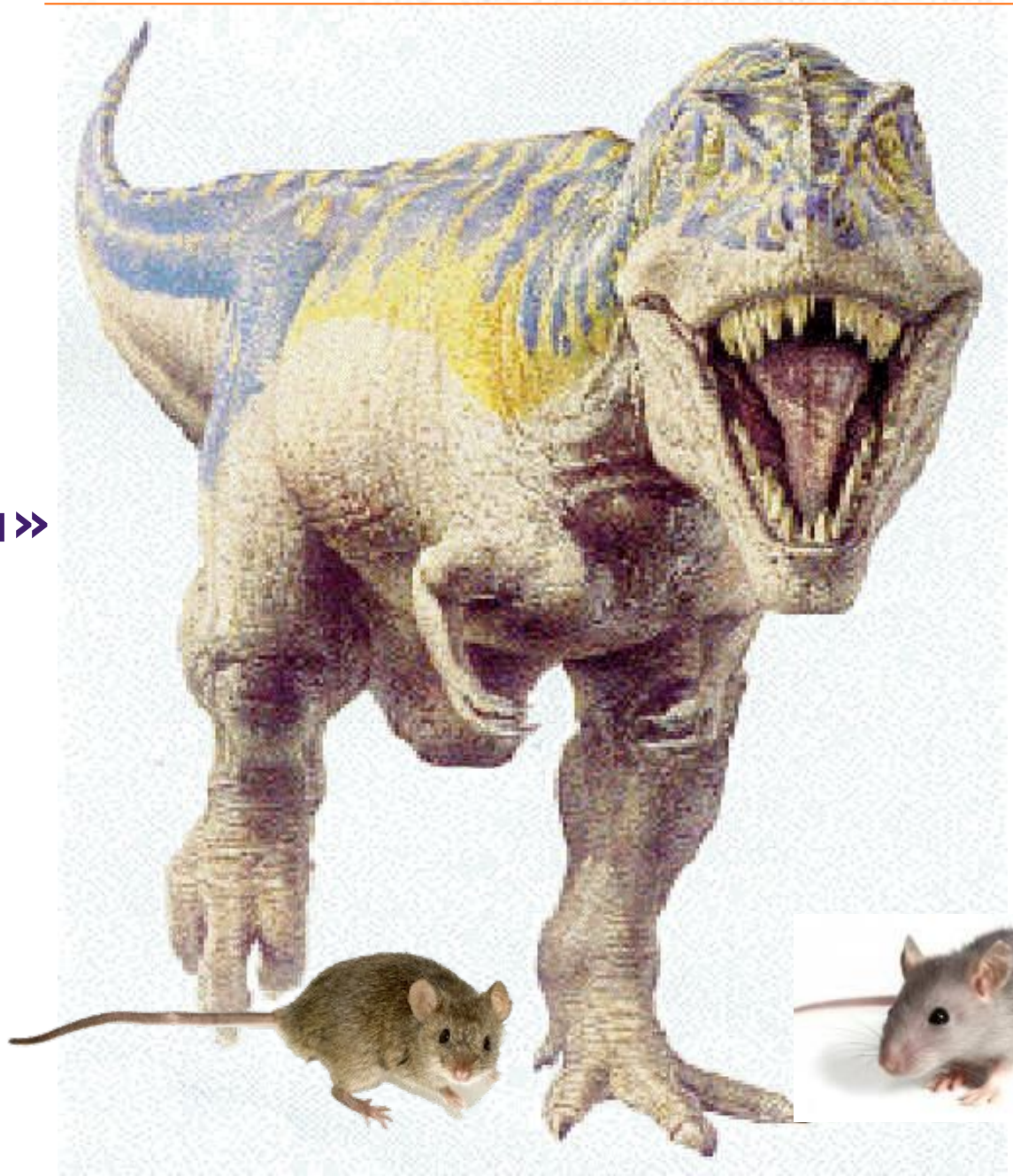
ОСНОВНЫЕ ВАРИАНТЫ

1. Вообще отказаться от сбора грибов
2. Все же попробовать что-то найти
3. Удовольствоваться теми грибами, которые никого не заинтересовали
4. Уйти в соседний грибной лес, в котором грибников гораздо меньше

НА НАШЕМ РЫНКЕ – ТО ЖЕ САМОЕ…

Данность «мыши»:

«лобовая» конкуренция с «динозавром» не имеет шансов на успех



ОСНОВНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА «ДИНОЗАВРА»

1. Стаж работы на рынке
2. Известность
3. Размер компании
4. Большая офисная сеть
5. Большие ресурсные возможности
6. Лидерское позиционирование, имидж универсальной компании
7. Высокая рекламная активность
8. Большой объем операций

релайт
недвижимость

ЧТО ВСЕМУ ЭТОМУ МОЖЕТ ПРОТИВОПОСТАВИТЬ «МЫШЬ» ?

Ничего, кроме менее высокой цены и тихого писка на тему «я не хуже»

релайт
недвижимость

ПОМОЖЕТ ЛИ ЭТО «МЫШИ» ?

ОТНЮДЬ:

У НЕЕ

ВСЕ РАВНО

НЕТ ШАНСОВ…

релайт недвижимость

ВПРОЧЕМ, ЕСТЬ ЕЩЕ ОДНА СТРАТЕГИЯ: МИМИКРИРОВАТЬ

На нашем рынке это называется «купить франшизу». Основная проблема данной стратегии – в том, что она не превращает мышь в динозавра…

релайт недвижимость

ИТОГОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ДЛЯ «МЫШИ»

ОНА НЕ ВЫДЕРЖАЛА КОНКУРЕНЦИИ…

релайт недвижимость

МОЖЕТ, ПОПРОБУЕМ КАК-ТО ИНАЧЕ ?

ЛЮБОЙ РЫНОК С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НЕОДНОРОДЕН…

ИЗ КОНЦЕПЦИИ «МАРКЕТИНГОВЫХ ВОЙН»…

1. Необходимо следить за лидером, а не за собой
2. **В силе всегда есть слабость, надо только уметь ее найти**
3. Полный ассортимент – роскошь, которую может позволить себе только лидер. Наступление следует вести узкими фронтами, и чем ближе к одиночному продукту они будут, тем лучше

ПРИМЕРЫ СЛАБОСТЕЙ В СИЛЕ ЛИДЕРОВ

СИЛА	СЛАБОСТЬ В СИЛЕ
Стаж работы на рынке	- Накопленный негативный имидж в потребительской среде - Низкая критичность самооценки - Труднопреодолимые негативные привычки и нормы
Известность	- Дисбаланс между качественными и стоимостными характеристиками оказываемых услуг
Размер компании	- Недостаточная гибкость и адаптивность
Большая офисная сеть	- Плохие горизонтальные коммуникации
Большие ресурсные возможности	- Низкая рентабельность бизнеса в силу большой инфраструктурной отягощенности
Лидерское позиционирование, имидж универсальной компании	- Отсутствие четкого позиционирования (все виды услуг, все сегменты рынка)
Высокая рекламная активность	- Наличие разрывов между рекламными посылами и реальной деятельностью
Большой объем операций	- Низкая персонализация обслуживания, конвейерная технология работы - Большое абсолютное число неудовлетворенных потребителей

релайт недвижимость

ПРИМЕР ЭФФЕКТИВНОЙ «МЫШИНОЙ» СТРАТЕГИИ

ROLLS ROYCE

В 2007 году годовой объём производства впервые за всю историю компании превысил отметку 1000 автомобилей

TOYOTA

За 2007—2008 финансовый год продано 9,37 млн. автомобилей

КТО УСПЕШНЕЕ ?

ПРИМЕНИТЕЛЬНО К НАШЕМУ РЫНКУ

VS.

РИЭЛТОРСКИЙ БУТИК

СУПЕРМАРКЕТ НЕДВИЖИМОСТИ

КОНЦЕПЦИЯ «РИЭЛТОРСКОГО БУТИКА»

МОЖЕТ БЫТЬ УСПЕШНО РЕАЛИЗОВАНА

В ЛЮБОМ СЕГМЕНТЕ

РЫНКА РИЭЛТОРСКИХ УСЛУГ

ДВЕ СТОЛИЦЫ – ДВА РЫНКА С НАИБОЛЕЕ ПЛОТНОЙ КОНКУРЕНЦИЕЙ

релайт недвижимость

ГРУППА КОМПАНИЙ АВЕНТИН
НЕДВИЖИМОСТЬ • ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

ПРИНЦИПЫ РЕАЛИЗАЦИИ

1. Определите свои **РЕАЛЬНЫЕ** конкурентные преимущества
2. Избавьтесь от того, что приносит одни убытки, и заставьте работать с максимальной отдачей то, что приносит прибыль
3. Изберите достаточно маленький сегмент рынка, который вы сможете защищать, и приложите максимум усилий, чтобы закрепиться на нем
4. Сориентируйте свою маркетинговую стратегию на привлечение тех потребителей, которых не устраивают слабости, присутствующие в силе лидеров
5. Принимайте решения гораздо быстрее, чем конкуренты
6. Ни в коем случае не демпингуйте
7. Какого бы успеха вы ни добились, никогда не ведите себя как лидер

релайт недвижимость

И ЕЩЕ ОДИН ПРИНЦИП…

Достался лимон – сделай из него лимонад

Дейл Карнеги

релайт недвижимость

УМНОЕ СЛОВО НАПОСЛЕДОК

Самых больших успехов
достигает тот,
кто меньше всего
интересуется
чужим мнением о том,
получится это
или не получится

Клаус Кобьелл

А ПОПОДРОБНЕЕ ?

Более подробно

эти и другие

подходы

к обеспечению

конкурентоспособности

риэлторских компаний

могут быть

рассмотрены в формате

мастер-класса

Увы, регламент…

ОЛЕГ САМОЙЛОВ

Генеральный директор

релайт недвижимость

E-mail: samoilov@relait.ru

http://relait.ru

СПАСИБО ЗА ВАШЕ ВНИМАНИЕ !